



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds-  
och växtproduktionsvetenskap

## Malmös tårar

– En diskursanalys i eco-branding av Malmö

Ebba Landén Helmbold



# **Malmöns tårar – en diskursanalys i eco-branding av Malmö**

The tears of Malmö – a discourse analysis of eco-branding of Malmö

Ebba Landén Helmbold

**Handledare:** Anna Peterson, SLU, Institutionen för  
landskapsarkitektur, planering och förvaltning

**Examinator:** Caroline Dahl, SLU, Institutionen för  
landskapsarkitektur, planering och förvaltning

**Omfattning:** 15 hp

**Nivå och fördjupning:** G2E

**Kurstitel:** Kandidatexamensarbete i Landskapsarkitektur

**Kurskod:** EX0649

**Ämne:** Landskapsarkitektur

**Program:** Landskapsarkitektprogrammet

**Utgivningsort:** Alnarp

**Utgivningsår:** 2017

**Omslagsbild:** Martin Martinsson, "*Kockumskranen being disassembled*", 2001 ©

**Elektronisk publicering:** <http://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** stadsprofilering, eco-branding, planering, nyliberalism, Malmö, hållbar  
utveckling, stadsomvandling, stadsutveckling, governance

# Förord

Malmös tårar. Så kallas Kockumskranen där den nu står i Ulsan, Sydkorea. En gång hade den sin plats i Malmös hamn, idag istället en Turning Torso.

Den här uppsatsen tog sin början på en studieresa i Hamburg, våren 2017. Hamburg har likt Malmö och många andra industristäder fått utstå upprepade motgångar med anledning av ekonomiska kriser och en framskriden globalisering. Städer vars trygghet traditionellt legat i industriverksamheten har sett sig tvingade att genomgå en omvandling av identitet och karaktär för att överhuvudtaget kunna överleva i konkurrens med andra städer. Genom att tillämpa strategier, vilka bygger på de nyliberala idéer som fått utrymme i världspolitiken de senaste decennierna, blir staden tillsynes ännu en produkt på den flytande marknaden.

I den här studien avhandlar jag processerna bakom en stadsomvandling med grund i stadsprofilering och planering. Genom att undersöka Malmö som studieobjekt, kritisk till den förankrade, världsomfattande struktur av nyliberal dominans, söker jag finna mekanismerna bakom stadens profilering. Med grund i ekologisk hållbarhet.

## Tack

Jag vill rikta ett riktigt stort tack till min handledare Anna Peterson som varit ett ovärderligt stöd, även om hon kanske inte insett det själv. Utan hennes hjälp hade jag förmodligen förlorat mig helt i den stora värld av informationsrikedom där nyfikenhet och egna påtryckningar vad gäller prestationsförmåga lätt hade kunnat resultera i onödig oro. Tack också till mina kurskamrater, speciellt Nelly Carlsson Theander för hennes tålamod och nyanserade kritik – du har varit ytterst värdefull i sammanställningen av denna studie. Jag vill också tacka mina vänner utanför specifik institution vilka fått dra ett stort lass vad gäller betryggande ord och bistått mig med support genom hela processen.

**TITLE**        The tears of Malmö – a discourse analysis of eco-branding of Malmö

**ABSTRACT**    This paper aims to describe the process behind *city-branding* by defining the key points of neoliberal planning and its impact on today's city development. With the city of Malmö as study object, located in the southwest of Sweden, I examine the progression in the municipality's *eco-branding* of the city. The study consists of two parts, the first one being a literature study describing what drove the municipality to quest towards urban transformation. The second one is a discourse analysis of environmental response documents issued by the city council.

      This study indicates that the city of Malmö has pursued neoliberal planning strategies, such as *city-branding*, in response to the financial crises during the 70's and the 90's. Furthermore, the municipality's main goal has been to attract high income groups and entrepreneurs in order to increase the tax base.

      The essay also shows that the branding today is defined by the city's success story: for centuries being described as an industrial city, and then becoming a knowledge oriented city, grounded in culture and innovation. The city has also been internationally recognized as a highly environmentally profiled city where large funded projects are visualized in the urban landscape. However, the sustainable city development has become analogous with commercialization and a greater focus on economical growth.

**KEYWORDS:** eco-branding, city-branding, Malmö, neoliberalism, sustainable city development, governance, ecological modernization, planning

# Sammandrag

Malmö är en post-industriell stad vars trygghet länge legat i just industriverksamheten vilken präglat staden sedan 1800-talets mitt (Anderson, 2014:11). Men Malmö har likt många andra industristäder i väst fått utstå extrema motgångar till följd av händelser globalt – ekonomiska kriser och globaliseringen har gjort att industriverksamheten fått se sig skral i konkurrens med andra industristäder i världen (Dannestam, 2009; Hedlund & Montin, 2009; Anderberg & Clark, 2013; Anderson, 2014; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015). Från att ha varit en av Sveriges rikaste regioner såg kommunen sig snart klassad som en av nationens fattigaste (Dannestam, 2009). För att ens kunna överleva såg kommunen sig tvungna att agera.

1994 stod Malmö på gränsen till depression där sociala problem staplades på vart annat – den demografiska utvecklingen ansågs kritisk, arbetslösheten var hög och kommunkassan bestod av ett dramatiskt underskott (Dannestam, 2009). Knutet till medlemskapet i EU, den nationella politiken och omvärldens svar på den ekonomiska krisen under 1970-talet, påbörjades en omorganisering i kommunen (Dannestam, 2009; Hedlund & Montin; Nylund, 2014). Inspirationen kom från privat sektor och termen tillväxt, det nyliberalistiska nyckelbegreppet, fick ta enormt utrymme på agendan (Dannestam, 2009; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015).

En av de strategier som tillämpades i kölvattnet av 70- och 90-talets ekonomiska kriser, med anknytning till nyliberal planeringsteori, var *city-branding* (Dannestam, 2009; Hedlund & Montin, 2009; Nylund, 2014). Med en strävan i att locka till sig höginkomsttagare, en bristvara i staden under denna tid, koncentrerades stadsprofileringen till kunskap och innovation (Malmö Stad, 2003; Dannestam, 2009; Andersson, 2016). Stadsomvandlingen inleddes vid millenniumskiftets början med den internationella bomässan Bo01, där Västra hamnen som ny stadsdel blev det första området att ombildas (Malmö Stad, 1998; Malmö Stad, 2003; Dannestam, 2009; Holgersen & Malm, 2015). Västra hamnen där Kockums, den stora arbetsgivaren och pelaren i industriverksamheten, en gång legat (Dannestam, 2009; Holgersen & Malm, 2015). Istället blev området ett exempel på "det nya hållbara Malmö" som inriktade sig på att bjuda in en specifik målgrupp – den kreativa klassen (Dannestam, 2009). Det vill säga människor vilkas kapital är förankrat i inkomst och akademisk bakgrund samt vars profession är anknuten till innovationsbyggande (Florida, 2005). Utifrån övertygelser om att den kreativa klassen var svaret på stadens krissituation, kom marknadsföringen att fokusera på att sälja in en livsstil som passade denna målgrupp.

Strömningar i världen vad gäller miljövårdsarbete och minskad miljöförstöring gav Malmö nytt ljus. Staden har utöver att profilera sig som en kunskaps- och innovationstad satsat på ekologisk hållbarhet och att bli "Sveriges klimatsmartaste stad" (Malmö stad, 2009; Malmö stad, 2015). Då miljömedvetenheten ökar i ett samhälle vars medelklass är stark, kan det tänkas att staden dessutom velat kombinera ekonomisk tillväxt med hållbar stadsutveckling (Grossmann & Kreuger, 1994; Holgersen & Malm, 2015).

Den här uppsatsen avhandlar ämnet *eco-branding* – en inriktning av stadsprofilering med grund i ekologisk hållbarhet. I studien försöker jag kartlägga bakgrunden till Malmös *eco-branding* och politiska mekanismer, visioner och incitament vilka står bakom stadens hållbarhetsarbete och varumärkesbildning.

# Innehållsförteckning

<b>Förord .....</b>	<b>3</b>
<b>Sammandrag .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Inledning.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Bakgrund .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2. Syfte och mål .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Frågeställningar .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4. Begreppsförklaringar .....</b>	<b>8</b>
1.4.1. <i>Sustainable (City) Development .....</i>	<i>8</i>
1.4.2. <i>Greenwashing .....</i>	<i>9</i>
1.4.3. <i>Spatial fix/Sustainability fix/Green fix .....</i>	<i>9</i>
<b>1.5. Material.....</b>	<b>10</b>
1.5.1. <i>Vetenskaplig litteratur.....</i>	<i>10</i>
1.5.2. <i>Styrdokument .....</i>	<i>11</i>
<b>1.6. Avgränsningar .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Metod .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. Litteraturstudie.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Dokumentanalys: Miljöprogram.....</b>	<b>13</b>
<b>3. Nyliberal planeringsteori.....</b>	<b>14</b>
<b>4. Analys .....</b>	<b>15</b>
<b>4.1. Malmö – en industristad i kris .....</b>	<b>15</b>
<b>4.2. En förändrad politik .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3. City-branding .....</b>	<b>18</b>
<b>4.4. Eco-branding av Malmö .....</b>	<b>19</b>
4.4.1. <i>Kunskapsstaden, den kreativa klassen och green fix.....</i>	<i>19</i>
4.4.2. <i>Analys av Malmö stads Miljöprogram .....</i>	<i>22</i>
4.4.2.1. <i>Sammanfattning: Miljöprogram 1998-2002 .....</i>	<i>23</i>
4.4.2.2. <i>Sammanfattning: Miljöprogram 2003-2008 .....</i>	<i>23</i>
4.4.2.3. <i>Sammanfattning: Miljöprogram 2009-2020 .....</i>	<i>24</i>
4.4.2.4. <i>Sammanfattning: Handlingsplan för miljöprogram 2015-2018 .....</i>	<i>24</i>
4.4.3. <i>Progression i eco-branding - En jämförelse av Malmö Stads Miljöprogram .....</i>	<i>25</i>
<b>5. Diskussion och slutsats.....</b>	<b>27</b>
<b>5.1. Vidare forskning.....</b>	<b>28</b>
<b>Referenslista .....</b>	<b>30</b>

# 1. Inledning

## 1.1. Bakgrund

En gång i tiden industristad i en av Sveriges rikaste regioner, för att sedan övergå till ett nästintill depressivt tillstånd, därpå lyfta sig ur askan och vända allas blickar till sig. Malmö har byggt ett narrativ vilket blivit känt och reproduceras om och om igen. Genom en driven stadsomvandling har staden placerat sig på kartan med ett resultat få kunde tänka sig för 25 år sedan. Överdådiga projekt och stark visionsbildning har ersatt stadens budgetunderskott (Dannestam, 2009). Men hur gick det till?

Förändringen av Malmö från industristad till kunskaps- och innovationsstad är på inget sätt unikt i den globaliserade värld vi lever i. Post-industriella städer som Köpenhamn, Hamburg, London och New York representerar så kallade "framtidstäder" vilkas historia av genomgripande kris ersatts med stor inflyttning och ökad tillväxt där den kreativa klassen hittat en plats (Dannestam, 2009; Andersson, 2016). En blomstrande framtid för städer vars tillstånd så dramatiskt "korrigerats". Men det är inte för inte dessa exempel står ut i mängden som framgångssagor.

Staden som ekonomisk tillväxtmotor är idag vedertaget (Johnson et al, 2011:1009). Som front för ekonomisk tillväxt tenderar dessa städer att snabbt urbaniseras (ibid.) Utvecklingsprocesser koncentreras innanför stadens gränser, något som synnerligen också sker i Sverige. Konkurrensen mellan städer ökar och att utmärka sig gentemot andra har blivit av största vikt när vår värld blivit allt mindre i och med globaliseringen (Hedlund & Montin, 2009).

En strategi som fått stort genomslag för att lyckas med det har varit *city-branding*, det vill säga att marknadsföra en stad (Kavaratzis, 2004). I Sverige har det på senare år från många kommuners håll drivits stadsprofilering och *city-branding*, vilket tidigare inte setts som kommuners ålagda uppdrag (Dannestam, 2009). Politiska styrmedel och nya processer inom städers politiska verksamhetsområden ses som en anledning till att kommuner drivit mer åt att generera som tillväxtmotorer i ett allt mer marknadsstyrt samhälle (Dannestam, 2009).

Malmö som genom Malmö Högskola, Öresundsbron och Bo01, profilerats som kunskaps- och innovationsstad, har förutom denna bemärkning satsat hårt på ekologisk hållbarhet (Malmö stad, 2015). Nya storskaliga projektet illustrerar en stad som inte bara genomgår *city-branding*, utan också *eco-branding*. Vad får en sådan stadsprofilering för effekt på den fysiska planeringen? Där *city-branding* klassats som tätt anknutet till nyliberala tendenser i samhället funderar jag kring vad en så stark koppling till marknaden får för effekt på staden generellt. Har staden blivit en produkt? Och i så fall, hur ter sig prioriteringarna när det gäller att ta ställningstaganden i hållbart byggande?

## 1.2. Syfte och mål

Uppsatsen har två syften. Ett syfte med uppsatsen är att utreda vad som lett fram till Malmös "framgångssaga", med grund i *city-branding* och stadsprofilering. Det andra är att undersöka progressionen i Malmös *eco-branding* av staden från slutet av 1990-talet till idag för att kartlägga fenomenets koppling till marknadsstyrd stadsplanering. Vidare inkluderas krishantering, ekonomiska drivkrafter, förändrad stadspolitik och reflektioner kring vad staden är och förväntas vara. Utifrån vald riktning, det vill säga fokus på *eco-branding* av en stad, anses de båda syftena understödja med en helhetsbild om varför, hur och vilka följder. Detta för att bidra med transparens i ämnet och driva diskussionen framåt.

Anledningen till att Malmö valts som studieobjekt beror på att stadens nuvarande epitet lever på en medveten korrigering av att en gång varit en problemfylld industristad. Precis som många andra har även jag förundrats över hur denna stad lyckats etablera om sig. Framförallt handlar det dock om relationen mellan det nya Malmö och staden från det förflutna, vilket får stå som exempel för den dynamiska staden och vad som påverkar dess utveckling.

Rådande ideal och processer som resulterar i uttalade eller outtalade utföranden bör alltid ifrågasättas och kritiseras för att återkoppla till agerandet och vad som skulle kunna göras annorlunda. Som student på ett program vars syfte är att utbildas i bland annat planering, ser jag det som ytterst viktigt att vi också får verktygen i att just utvärdera och uppdatera för att i allra största mån undkomma stagnering eller upprepning i stadsutveckling. Med en uppfattning att det inte finns ett facit eller en sanning, utan alltid ett bidrag som gör samhället bättre.

Många är vi landskapsarkitektstudenter, som kommer att sitta med styrdokument och åtgärdsprogram. Därför finns en anledning till att få djupdyka i någon typ av sådant plandokument för att dels få en inblick, men också kunna förstå hur viktigt det kan vara att en uttrycker sig med försiktighet kring olika sakfrågor.

### 1.3. Frågeställningar

- Hur har Malmö stads *eco-branding* sett sig de senaste 20 åren och hur tangerar den till nyliberalistiska planeringstendenser i stadsutvecklingen?
  - Vad innebär att marknadsföra en stad?
  - Vilka politiska incitament och mekanismer stod bakom Malmös *eco-branding* av staden?
  - Hur har progressionen av Malmö stads *eco-branding* sett ut? Med grund i Miljöprogram från 1998 till idag?
  - Kan progressionen kopplas till nyliberal ideologi? I så fall, hur?

### 1.4. Begreppsförklaringar

Studien avhandlar till viss del ett antal begrepp vars innebörd jag ansåg behöva redas ut innan uppsatsen tar sitt avstamp. I uppsatsen återkommer engelska begrepp där en del ännu inte fått en motsvarighet på svenska. Jag har valt att inte göra en egen översättning av de begreppen utan skriva ut dem på engelska i uppsatsen för att undvika eventuell förvirring hos de läsare vilka har vetskap av begreppens betydelse. *City-branding* avhandlas som begrepp i analysdelen, mer specifikt 4.3. *City-branding*, s. 18.

#### 1.4.1. *Sustainable (City) Development*

*Sustainable development* har en svensk översättning: *hållbar utveckling*. Således blir den svenska översättning av *Sustainable City Development*, *Hållbar Stadsutveckling*. Jag kommer använda mig av den svenska översättningen av *sustainable development*, alltså *hållbar utveckling*, men hålla mig till det engelska *sustainable city development*.



Brundtlandrapporten, vilken lades fram 1987 under titeln "Our common future" (svenska: "Vår gemensamma framtid"), lanserade *hållbar utveckling* med beskrivning att vara en utvecklingsriktning vilken möter nutidens behov utan att äventyra framtidens generationers tillfredsställelse av behov (International Institute for Sustainable Development, u.å.). Utifrån två "betydande" koncept beskrevs *hållbar utveckling* som behov och begränsningar (ibid.). *Behov* som i grundläggande behov för fattiga, där man menade att högsta prioritet låg. *Begränsningar* menades som beaktande i miljöns begränsningar, ålagt av stat och organisationer (ibid.).

Brundtlandrapporten fick slutligen utstå stor kritik vad gällde *hållbar utveckling* främst när det kom till hur tillämpningen av rapporten tedde sig, vilket i sin tur ledde till kritik mot kommissionen. Anledningen var att ekonomisk hållbarhet tog fokus från den ekologiska (NE, Brundtlandrapporten, u.å.).

### 1.4.2. *Greenwashing*

Jay Westervelt, amerikansk miljöaktivist, myntade år 1986 termen *greenwashing* i en studie om hotellverksamheters återanvändande av handdukar, vilket marknadsfördes som en miljöåtgärd (Motavalli, 2011). Westervelt upptäckte att dessa verksamheters arbete för att minska på energiförbrukningen i hotellen i de flesta fall var obefintlig (ibid.). Således menade Westervelt att hotellen uteslutande tog nytta av gästernas välvilja att tänka på miljön, men i själva verket utförde denna "miljöåtgärd" för att minska på utgifter (ibid.).

Kort sagt innebär *greenwashing* att organisationer, verksamheter, företag och dylikt marknadsför en hypotetisk miljöåtgärd samtidigt som andra handlingar som utförs är precis tvärtom. På så vis blir den enskilda miljöåtgärden i förhållande till de andra handlingarna, betydelselös.

### 1.4.3. *Spatial fix/Sustainability fix/Green fix*

David Harvey myntade begreppet *spatial fix* och beskrev det första gången i skriften "The spatial fix: Hegel, von Thünen and Marx" (1981). Harvey skapade begreppet för att kunna beskriva kapitalismens önskan att lösa kriser som bildats innanför ramarna av den kapitalistiska strukturen med hjälp av geografiska strukturer (2001:24). Med hans egna ord beskriver Harvey det som följande:

*"[...]I first deployed the term "spatial fix" to describe capitalism's insatiable drive to resolve its inner crisis tendencies by geographical expansion and geographical restructuring. [...] Capitalism, we might say, is addicted to geographical expansion much as it is addicted to technological change and endless expansion through economic growth. Globalization is the contemporary version of capitalism's long-standing and never-ending search for a spatial fix to its crisis tendencies." (2001:24-f)*

Som en fortsättning på David Harveys *spatial fix* skapades *sustainability fix* (While, Jonas & Gibbs, 2004). *Sustainability fix* förklaras som ett koncept för hur ett lokalt samhälle präglad av kristillstånd försöker läka sig genom att applicera strategier för *hållbar utveckling* (se 1.4.1. Sustainable (City) Development, s. 8) och därmed locka investerare till samhället (Holgersen & Malm, 2015). Vidare beskrivs konceptet som ett sökande i att återhämta sig i de post-industriella samhällen och den globala miljökrisen där uppvaknandet av ekologism blir allt tydligare ibland västvärldens befolkning (While, Jonas & Gibbs, 2004:551). Det innebär dock inte att *sustainability fix* vänder sig bort från progressioner inom miljöhantering, men däremot ses ett utnyttjande då uppmärksamhet läggs på specifika

införlivanden av miljömål men inte andra (ibid.). Det sker således selektivt, vilket kan tänkas bli lämpligt att fundera över möjliga scenarion av *greenwashing* (se avsnitt 1.4.2. Greenwashing, s. 9).

*Sustainability fix* är i nuläget ganska outforskat, men har byggts på av Ståle Holgersen och Anders Malm i ”Green fix as a crisis management or, in which world is Malmö the greenest city in the world?” (2015). Holgersen och Malm kallar påbyggnaden av begreppet för *green fix*. De beskriver *green fix* som följande:

*“A green fix as an attempt to overcome a crisis of capital accumulation in a particular locale. If an environmental makeover of a city is launched for other reasons, with other driving forces – which may well happen, of course – it does not count as a green fix under this definition. [...] The agent of the spatial fix is essentially capital alone, operating independently, though demanding services of the state along the way. In the green fix it is otherwise: the marketing of the locale as a place for environmentally sound business is necessarily launched by state and capital in concert.” (2015:277)*

## 1.5. Material

Materialet som använts i studien har främst tillgåtts från Google Scholar och SLUs egna databas Primo. Sökord som huvudsakligen använts är *“city-branding”, “eco-branding”, “neoliberal planning”, “sustainable development”* och givetvis *“Malmö”*. Inledningsvis fokuserade jag på att få en stor bredd av internationella perspektiv, men efter att ha valt Malmö som studieobjekt såg jag anledning att använda mig av material vilka grundar sig i nationell policy och dylikt för att förankra relevans. Eftersom uppsatsen är sammanbunden med teori blev det dock tydligt att tunga namn inom urbanforskning internationellt blev lämpliga att studera. Även fall utomlands har studerats något. Därför återkom jag till litteratur jag funnit i början av processen.

Trots en tillslut massiv samling digitala dokument tillgicks även facklitteratur från framförallt Lunds Universitetsbibliotek, böcker vilka är kopplade till speciellt kulturgeografi. Det eftersom ämnet är politiskt och särskilt politisk geografi, vilket jag uppfattar att kultur- och samhällsgeografi ger en vid teoretisk stabilitet och förklaring i.

### 1.5.1. Vetenskaplig litteratur

Jag kommer i studien utgå från litteratur i form av vetenskapliga artiklar, facklitteratur och avhandlingar. En stor del av dessa har ett kritiskt anslag som ingång, vilket innebär att författarna bakom litteraturen har en gemensam grund.

De författare som återkommer upprepade gånger i uppsatsen är främst tre personer: Ståle Holgersen, Katarina Nylund och Tove Dannestam.

Ståle Holgersen är forskare i kulturgeografi vid Institutet för bostads- och urbanforskning vid Uppsala Universitet. Holgersen har gett upphov till flera publikationer inom planeringsteori, bland annat *“Green fix as a Crisis Management. Or in which world is Malmö the Greenest City in the world?”* (2015), skriven i samarbete med lektorn i humanekologi vid Lunds universitet, Andreas Malm. Denna artikel används flitigt som referens i uppsatsen. Andra vetenskapliga artiklar om post-industriella städer och Malmö som Holgersen står bakom används i den här studien. Ståle Holgersen bygger mycket av sina studier på teorier av geografen David Harvey.

Katarina Nylund är professor i stadsbyggnad vid Malmö Högskola. Nylunds fokusområden är urbanitet och relationen till urbanism, demokrati och jämlikhet. Hennes avhandling "Conceptions of justice in the planning of the new urban landscape: Recent changes in the comprehensive planning discourse in Malmö, Sweden" (2014) återkommer i denna studie. I den undersöker Nylund hur Malmö stad under en tio-årsperiod förändrats i uppfattning av rättvisa. Hon undersöker således förändringar i arbetet för jämlikhet från Malmö stads sida.

Tove Dannestams avhandling "Stadspolitik i Malmö. Politikens meningsskapande och materialitet" (2009) har kommit till stor användning i studien. Dannestam är statsvetare vid Statsvetenskapliga institutionen, Lunds Universitet och har genom åren producerat en mängd texter och avhandlingar, men blir allt som oftast citerad för den avhandling som nämnts ovan.

Anledningen till att jag har valt att använda material av forskare med kritisk teoretisk ingång är för att nyansera dagens diskurser vad gäller västerländsk stadsutveckling. Däremot betyder det inte att jag inte kommer ifrågasätta litteraturen jag tar del av – kritisk teori har likt andra analysmetoder brister och en vinklad ingång kan mista nyansering vilket en vetenskaplig uppsats kräver för trovärdighet.

### 1.5.2. Styrdokument

Utöver en litteraturstudie har en dokumentanalys genomförts. Anledningen till att styrdokument också fått vara en del av analysen för att besvara huvudfrågeställningen är eftersom styrdokument generellt är kommunens kanal att formulera sig. Tankar kring om studien skulle ta avstamp i ett specifikt projekt eller utgå från ett övergripande plan ledde till ställningstagandet att utgå från dokument vilka generellt inte är riktade till medborgare, då sådana skrifter allmänt formuleras kommersiellt och förväntas göra det.

Eftersom fokus ligger på ekologisk hållbarhet ansåg jag Malmö stads Miljöprogram vara relevanta för analys. Alternativet hade kunnat vara att undersöka översiktsplaner eller Malmö stads hemsida. Men vad gäller översiktsplaner som dokument kan de förklaras som övervägande visionära och sträcker sig över en lång programperiod. Utformningen ansågs helt enkelt fel för den riktning studien fokuserar på. Däremot uppmuntras att de studeras med liknande ingång i uppsatser vars omfattning förväntas bli större. Analysera hemsidor blir också problematisk då det kan vara svårt att tillhandahålla före detta/äldre hemsidor och fenomenet med digitala forum är dessutom ganska nytt.

Det första ungefärliga Miljöprogrammet kom 1990, medan det första som gick under namnet "Miljöprogram för Malmö stad" godkändes 1998 av kommunfullmäktige i staden. Då studien söka finna en progression i *eco-branding* fanns förhoppning om att miljöprogrammets tre befintliga upplagor kunde leda till en sådan urskiljning – i någon form.

Jag kommer avstå från att gå ned på nitisk detalj i områden vilka framstår som lyckade exempel på klimatsmarta utformningar i Malmö. Jag har gjort ställningstagandet att fokusera på en övergripande skala och kommer utgå från det generella, framförallt på grund av tidsbrist, men också för att studiens ingång och utgång skall stå sig teoretisk.

## 1.6. Avgränsningar

Jag blev inspirerad av Katarina Nylunds arbete i "Conceptions of justice in the planning of the new urban landscape – Recent changes in the comprehensive planning discourse in Malmö, Sweden" (2014) där Nylund utför ett omfattande och imponerande jobb i att söka i tidigare såväl som dagens gällande översiktsplaner. Även Tove Dannestam inspirerade, i hennes avhandling från 2009 genomförde hon

intervjuer med cirka 50 personer inom kommunen. Slutligen landade jag i att söka i Malmö stads Miljöprogram, varav det första som utgavs kom i ungefär samma veva som staden påbörjade sin nya stadsprofilering.

På grund av den mängd litteratur som finns inom ämnet med Malmö som studieobjekt, blev det av största angelägenhet att begränsa valet av material. Därför valdes riktningen att titta på nyliberal planering med kritisk teoribildning som grund för att minska på omfånget.

Eftersom marknadsföring i mångt och mycket handlar om kommunikation och media har jag behövt relatera det till min roll som planerare. Därför har jag inte gått in på marknadsföringsteori, då det mer tangerar till andra yrkesgruppers profession. Trots att vi planerare behandlar text och uttrycker oss i skrift i många arbetsuppgifter, är det staden och stadens invånare, platser och processer som är vår kompetens. Därför har jag anknutit *city-branding* till planeringsteori och uteslutit teorier som kretsar kring marknadsföring och kommunikation.

Genomgående i uppsatsen förekommer samband mellan ekonomiska kriser som slagit hårt mot staden. Jag refererar till de ekonomiska kriserna under 1970- och 1990-talet, men utesluter den senaste krisen 2008. Anledningen är att Malmö *eco-branding* då pågått ett tag och därför spelar krisen 2008 inte in eftersom den knappast kan ses som en orsak till *varför* arbetet med hållbarhetsfrågor påbörjades.

Studien kan användas för intresserade både inom närliggande profession likväl som studenter på varierande institutioner. Det har varit en utgångspunkt för mig att inte göra studien för snäv för att bara omfatta en grupp sakkunniga.

## 2. Metod

I följande avsnitt redovisas tillvägagångssätt för de analyser som sker i studien och vilka teorier som tillämpats som grund. Då studien består av två analysdelar - litteraturstudie och dokumentanalys - och således ter sig olika har den teoretiska referensramen varit ett viktigt verktyg för att lättare utföra analyserna. Jag kommer grundläggande beskriva hur de gått till och vad som utmärker dem.

Litteraturstudien är av kvalitativ karaktär. Dokumentanalysen däremot har skett som diskursanalys. Avsnittet som avhandlar dokumentanalysen är dels en introduktion till diskursanalys i allmänhet och dels implementerandet av diskursteori i dokumentanalysen av Miljöprogrammen i synnerhet.

Jag har utgått från en ny upplaga av Sven-Erik Torhells översättning av Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips studentlitteratur "Diskursanalys som teori och metod" (2009) för definition av diskursanalys som teori och analysmetod.

### 2.1. Litteraturstudie

Litteraturstudien är av kvalitativ karaktär. Däremot utesluts inte redogörelse för viss statistik där det anses lämpligt för ökad förståelse och trovärdighet. Samma sak gäller ekonomiska perspektiv, vilket är högst relevant för studien då det sammankopplar kommersiella drivkrafter med kommunala intressen och stadens processer.

För att kunna urskilja bakgrunden till Malmö *eco-branding* och de mekanismer som kan ha påverkat, har jag sökt i litteratur som tangerar sakfrågan.

Litteraturstudien är framförallt byggande kring den forskning som utförts inom ämnet och ger ett spelrum för vidare forskning. På så vis kan den anses ha som mittpunkt att vara erhållande för kunskap och kunna bidra till en bred inblick inom problemformuleringen och uppsatsens inriktning. För vidare

information kring vilket material som övervägande använts i studien, se avsnitt 1.5.1. Vetenskaplig litteratur s. 10.

## 2.2. Dokumentanalys: Miljöprogram

Dokumentanalysen av Miljöprogrammen tar avstamp i diskursteori. Anledningen till det är 1) för att det som analyseras är text och kommunikation, där diskursanalys är ett av många väletablerade metoder som ofta tillämpas och 2) för att diskursanalys är ett verktyg för att undersöka reproduktion av normer/konstituerade uppfattningar i samhället (Winther Jørgensen & Phillips, 2009).

I de många definitioner av begreppet diskurs, finns ett gemensamt drag. Att diskurs är *”ett bestämt sätt att tala om och förstå världen (eller ett utsnitt av världen)”* (Winther Jørgensen & Phillips, 2009:7). Diskurs kan ses ha en språklig substans som bestämmer hur det talas om och hur uppfattningen av olika fenomen ter sig.

Diskursanalys innefattar, i det mångfacetterade fält vilket diskursanalys tillhör, ett synsätt som menar att våra ideal, sätt att tala, identitet och dylikt är socialt konstruerade och på inget sätt neutrala (Winther Jørgensen & Phillips, 2009). Följaktligen är snarare dessa uppfattningar och sociala sätt viktiga komponenter för att förändra det samhälle vi befinner oss i i dagsläget (ibid.) Exempelvis kan diskursanalys användas för att undersöka hur fasta fenomen skapats och varför de ser ut som de gör.

*”Den överordnade tankegången i diskursteorin är att sociala fenomen så att säga aldrig är färdiga eller totala. Betydelse kan aldrig slutgiltigt fixeras, vilket ger plats för ständig social strid om definitioner av samhälle och identitet – en strid vars utfall får sociala konsekvenser. Diskursanalytikerns uppgift är att studera strävan att etablera entydighet i det sociala på alla nivåer”* (Winther Jørgensen & Phillips, 2009:31).

När diskursanalys tillämpas för texttolkning undersöks text, kontext, avsändare, och mottagare. Utifrån information kring dessa kan en uppfattning om vilka centrala idéer som framhävs formas (Winther Jørgensen & Phillips, 2009). Då den här studien även inbegriper ideologi i sin analys anpassas diskursanalysen till det sammanhanget.

I dokumentanalysen har jag sett på innehållet. Jag har velat se hur progressionen mellan de tre dokumenten tittat sig genom åren och det jag tillhandahålls är text, bilder och visuellt uttryck. Diskursanalysen stannar inte enbart vid text utan bilder får också en viktig betydelse i relation till texten (Winther Jørgensen & Phillips, 2009:67).

För vägledning i analys av dokumenten har jag ställt mig en mängd frågor för att utvinna slutsatser angående vardera program och mest specifikt progressionen vad gäller formuleringar och motiv. De baseras på diskursteori men är anpassade till det specifika sammanhanget.

Nedan återfinns de frågor jag ställt mig i analys av dokumenten.

- Vilka centrala idéer driver argumentationen framåt? Hur förhåller de sig till varandra?
- Vilka motiv kan utläsas? Kan de relateras till ett givet sammanhang?
- Vilka problem identifieras? Vilka orsaker anges? Vilka aktörer?
- Vad innebär begreppen som används utifrån författarens motiv?
- Hur ter sig texten i koppling till specifika diskurser (kommersiell, facklig, naturvetenskaplig?)
- Urskiljs en normbildning? Implikationer?
- Hur instämmande är författaren i texten? Dvs. hur hög grad av modalitet urskiljs?

- Vilka associationer skapas i ordvalen?
- Vad bygger texten på vad gäller pågående diskurser i dåtidens samhälle?
- Vad är texten en del av i det rådande samhället? Vad försöker den motverka/framhäva?
- Vad normaliseras och vad utesluts?

### 3. Nyliberal planeringsteori

Avsnittet som följer avhandlar nyliberalism och nyliberal planeringsteori, vilket fått en plats i den här studien med anledning för den inverkan ideologin och dess grunder har genomgående på många nivåer i dagens samhälle, både i Sverige och globalt. I samhällsströmningar, inriktningar politiskt – även hos partier som tidigare tagit avstånd från nyliberalismen – ekonomiskt och vidare planeringsmässigt. Det är väsentligt att ge utrymme för ett avsnitt som avhandlar nyliberalismen då *city-branding* har direkt anknytning till den praktiserade planeringsteorin som syns alltmer idag. Om detta går att läsa mer genomgående i avsnitt 4.2. En förändrad politik, s. 17 och 4.3. City-branding, s. 18. Men detta avsnitt ligger som grund till efterstående.

Den nyliberala planeringsteorin är baserad på, som begreppet antyder, den nyliberala ideologin. Nyliberalismen vänder sig emot statens position i det ekonomiska spelrummet och är kopplad till ställningstagandet att marknaden ska styra ekonomin uteslutande (Fagerholm, 2013). Det innebär en maktförskjutning från statens håll till att i huvudsak bringa frihet till individen i större utsträckning vad gäller dennas ekonomiska resurser och hur de kan maximeras (Purcell, 2009:142). Det för att konkurrensen ökar och skapar större förutsättningar för individen att öka sitt kapital. Det är en ideologi som bygger på högervinklade värderingar och starkt liberala åsikter (ibid.). Privatisering, avregleringar, decentralisering och reducerad inverkan på ekonomin från statligt håll är grundpelarna i nyliberalismen (Cambell & Pedersen, 2001). Med en flytande marknad anses entreprenörskap främjas och innovationsarbete gynnas eftersom byråkratisk påverkan minskar och därmed undanröjes ”störningsmoment” (Sager, 2011).

Det brukar sägas att nyliberalismen fick genomslag globalt i samband med att Ronald Reagan blev president i USA och Margaret Thatcher tog plats som premiärminister i Storbritannien, 1981 respektive 1983 (Peck & Tickell, 2002:388). Däremot var det finanskriserna på 1970-talet som påbörjade diskussionerna hos många stater som dramatiskt påverkats av krisåren – en omfattande kris som av nyliberalistiska nationalekonomer sades bero på det keynesianska ekonomiska systemet med finansstyrning, fackförbund och en reglerad arbetsmarknad (ibid.). Keynesianismen var den rådande ekonomiska skolan under denna tid och tillämpades i många länder. Till skillnad från nyliberalismen argumenterar keynesianismen för mer statlig inblandning i ekonomin.

Istället menades att stater skulle implementera system med tyngd i en fri marknad och valfrihet för individen, för att undkomma liknande kriser i framtiden (ibid.). Reagan och Thatcher förde dessa resonemang politiskt. Uppfattningen låg i att kapital från staten, kommunen etc. skulle *”trickle down”* (ung. sippra ned) till folket och därmed vara en tillgång för hela befolkningen ekonomiskt och resultera i det som var det främsta målet – tillväxt (Dannestam, 2009:109).

Nyliberalismen, tillämpad som nyliberalistisk planeringsteori och infiltrering i den ekonomiska politiken, är idag inget märkvärdigt. Globalt är det snarare normalläget (Peck & Tickell, 2002). Peck och Tickell beskriver det som följande i *”Neoliberalizing space”*:

*"Neoliberalism has provided a kind of operating framework or 'ideological software' for competitive globalization, inspiring and imposing far-reaching programs of state restructuring and rescaling across a wide range of national and local context."*(2002:380)

Vidare är basen till nyliberal planeringsteori ideologin nyliberalism. Men övergången från ideologiska principer till att gälla planering, hur ter sig den?

Planeringsteori generellt innebär förhållandet mellan det praktiska resultatet av planering och planering spekulativt. Traditionellt sett är planering kopplat till statens överordnade roll och socialdemokratin. Därför kan det anses frångått nyliberalismen och följaktligen inte heller nyliberal planeringsteori existera. Men som Holgersen beskriver det i "Spatial planning as a condensation of social relations: A dialectical approach", är planering aldrig neutral, utan konstruerad av övertygelser, reproducerande av ideal och skapad av sociala relationer vilka inte bygger på konsensus utan snarare konflikter (2013:11-13). Det innebär i sig att stadsplanering är ett resultat av olika intressen och meningsskiljaktigheter. Därtill är planerarens position inte definierad som en plats varifrån denna medlar mellan olika intressenter, utan planeraren själv – som en del av den offentliga sektorn – är också en intressent (Holgersen, 2014:3). Som en representant av staten är dessutom planeraren aldrig neutral, utan istället direkt kopplad till den politik vars visioner råder och skall genomföras (ibid.). Följaktligen är kommunen som en del av staten också en del av det system som upprätthålls, i detta fall kapitalismen, och därmed intresserad av att reproducera den etablerade ordningen (ibid.). Påverkad av nationella regelverk samt i bidragssökande för uppstart av önskade projekt, måste kommunens intressen anpassas – trots den decentraliserade makt kommunen har i förhållande till staten.

Således blir nyliberal planeringsteori inte lika främmande. Nyliberalismen genomsyrar mer eller mindre politiken, och därmed också den planering som råder. De ideal som nyliberalismen erhåller, driver även planeringen åt samma håll. Det kan exempelvis handla om "*free-market housing*", det vill säga den marknadsstyrda bostadspolitik, vilket utifrån planering kan handla om att sälja ut kommunal mark till privata aktörer för bostadsbyggande, vilket syfte är vinstmaximering – ett nyliberalt nyckelbegrepp.

## 4. Analys

I detta avsnitt redogörs för varför Malmö valde att satsa på *city-branding*, vilka mekanismer som gjorde det möjligt politiskt och således hur stadens *eco-branding* tett sig med grund i dokumentanalys av tre miljöprogram utfärdade av Malmö stad.

Med historisk och internationell anknytning lyfts tendenser i samhället fram, så som globalisering och nyliberalism, för att besvara frågeställningen "*Hur har Malmö stads eco-branding tett sig de senaste 20 åren och hur tangerar den till nyliberalistiska planeringstendenser i stadsutvecklingen?*" med stöd från tidigare avsnitt, vilka får än mer utrymme i diskussionsdelen.

### 4.1. Malmö – en industristad i kris

Malmö är idag Sveriges tredje största stad med ett invånarantal på nästan 330 000 personer (Malmö stad, 2017). Platsen som Sveriges tredje största stad lade Malmö beslag på under 1870-talet efter att befolkningen expanderat under mitten av 1800-talet (Anderson, 2014:11). När Kockums inrättades 1840 och vidare blev känt som en av de största hamnarna i världen, ökade befolkningen snabbt. Staden

blev snart ett centrum dominerat av industri, framförallt med hjälp av Södra Stambanans upprättande mellan 1856 och 1864 (ibid.).

Fram till 1971 ökade Malmös befolkning stadigt och var vid den tiden cirka 265 000 i antal (SCB, 2013). Men likt andra städer i västra Europa under perioden 1973-1975 (den s.k. 70-talskrisen), när staflagnation rådde på flera håll, stoppades befolkningstillväxten och arbetslösheten spred sig som en effekt av industrins nedmontering (Anderson, 2014:11). I 30 år skulle Malmö vara drabbat av minskade invånarantal och Kockums som blivit symbolen för arbetar-Malmö stängde 1986 (ibid.).

Som om inte 70-talskrisen räckte, kom 90-talskrisen att slå hårt på staden (Holgersen & Malm, 2015:279). Sverige mötte nästintill en depression istället för det lågkonjunkturförlopp som 70-talskrisen innefattat (Perbo, 1999). Industriproduktionen sjönk till följd av nedgången av bostadsbyggande, trots att exporten ökade under början av 1990-talet och att återhämtningen såg ut att komma ganska snabbt (Perbo, 1999:327). Malmö förlorade nära 27 000 jobb under denna period (Palsson, 1994).

Den demografiska utvecklingen som länge befunnit sig i en nedåtgående spiral för staden, mötte i mitten av 1990-talet sitt antiklimax (Dannestam, 2009:116; Anderson, 2014:12). Sammansättningen av befolkningen ansågs högst problematisk, då det under många år pågått en stor utflyttning av medelklassen till kranskommunerna och inflyttning av grupper med lägre socioekonomiska status – vilket ansågs oroande i och med minskade skatteintäkter (Dannestam, 2009). Det i kombination med industrins förfall, arbetslöshet och ökat flyktingmottagande ledde till miljardunderskott i kommunkassan, något som presenterades av kommunen 1994 (Dannestam, 2009:114-115). Samma år blev Ilmar Reepalu kommunstyrelsens ordförande, en position han skulle besitta fram till år 2013 (Anderson, 2014:12). "Malmös starke man" kom att vara en viktig spelare efterföljande år i arbetet med att bryta utvecklingen efter 70- och 90-talskrisen.

Den kris Malmö befann sig i var ingalunda unik för staden – många kommuner hamnade i ett förlopp utan motstycke vad gäller ekonomiska svårigheter – men vändningen Malmö skulle ta förmedlades som unik (Dannestam, 2009).

Med ett uppvisat miljardunderskott var det helt klart väsentligt för staden att vända trenden som pågått under decennierna sedan 70-talet. Statsbidrag, i form av det skatteutjämningssystem som inrättades år 1996 från statligt håll. Tre år senare införlivades även bidragsgivande till de kommuner vilka hade en stor andel immigranter i sin befolkning. Detta stabiliserade kommunkassan något för Malmö (Dannestam, 2009:115; Holgersen & Malm, 2015:279). Idag får Malmö mest statsbidrag i Sverige vad gäller total summa (Malmö stad, Utjämningssystemet, u.å.).

Såhär i efterhand har krisen kommit att kallas just hela stadens kris, trots att det i huvudsak varit en kris för "välfärdskommunen", som Dannestam uttrycker det (2009:116). Dannestam menar att även om nedskärningarna skett i offentlig sektor och på bekostnad av välfärden, talades det i termer om att det var staden som övergripande behövde utvecklas med nya principer:

*"Lösningen låg inte i omfattande interna reformer av den kommunala välfärds- och serviceverksamheten. Tvärtom hade införandet av marknadslösningar inom det offentliga varit en stor stridsfråga [...] Den övergripande inriktningen måste ändras; industristaden måste ersättas med något annat."* (Dannestam, 2009:116-117)

## 4.2. En förändrad politik

Malmös allomfattande kris som satt djupa spår i staden krävde lösning, vilket kunde läsas om i föregående avsnitt. Tove Dannestam skriver i sin avhandling "Stadspolitik i Malmö – politikens



meningsskapande och materialitet” om hur Malmö strategiskt bedrivit en ekonomisk politik vilken skulle bidra till stadens konkurrenskraft och ”attraktivitet” (2009). Med starkt fokus på ekonomisk tillväxt har kommunen applicerat strategier så som platsmarknadsföring och storsatsningar inom ”urbana utvecklingsprojekt” som svar på krisåren (2009:23).

Fenomenet stadspolitik som Dannestam skriver om, innebär just att kommuner anpassat de politiska prioriteringarna till att gälla stärkt konkurrenskraft gentemot andra städer i sin övergripande utveckling och orienterar politiken till att gälla ekonomiska tillväxtstrategier (Dannestam, 2009). Detta inspirerat av *new public management*, där den offentliga sektorn går mot en riktning influerat av den privata sektorn, vilket introducerades under senare halvan av 1900-talet ibland världens OECD-länder och fick stor genomslagskraft (Hood, 1995; Dannestam, 2009). Med ett allt större fokus på tillväxt från lokalpolitiskt håll, tenderar välfärdsfrågor hamna längre ned på prioriteringslistan efter att traditionellt sett placerats centralt, för att ge plats åt ”ekonomiskt orienterade strategier” (Dannestam, 2009:97-f).

Den utveckling Dannestam skriver om innefattar inte allena kommunens politik, även om stadspolitik indikerar på staden handlar det övervägande om förändringar i den nationella politiken som i sin tur fått utslag i den lokala politiken (Dannestam, 2009). Sedan 1990-talet har nedskärningar inom välfärdssektorn skett kontinuerligt, som en orsak av den ekonomiska krisen vilket ledde till minskade möjligheter i att bestå offentliga satsningar (Nylund, 2014:42). Det i en tid då Socialdemokraterna styrde landet. Föga förvånande fortsatte nedskärningarna i efterföljande mandatperioder då högerinriktade partier hade makten i Sverige (ibid.).

*”The cuts are partly a consequence of ideological changes that have emphasized the deserving individual over equitable distribution, and partly of reduced taxes for high income groups, which limits the possibilities for national policies of redistribution.” (Nylund, 2014:42)*

Den politik Nylund skriver om ska betonas pågå fortfarande, en strömning som alltså inte är fränkopplad dagsläget, men som haft sin start i Sverige av olika anledningar. Kanske framförallt ett globalt mer kapitalisminriktat politiskt system, där Sveriges medlemskap i EU, globalisering och högervindar i världen överlag satt avtryck på landets politik (Dannestam, 2009). När det kommer till just EU har medlemskapet spelat roll vad gäller just stadspolitik. Då, 2009, när Dannestams avhandling kommer ut, har EU påbörjat ”övergripande stads-eller storstadspolitik”, en utveckling som drivs av som Dannestam beskriver ”[en] uppsjö av mer eller mindre formaliserade stadsnätverk [...], vilka lobbyar för att storstadsfrågor skall få större utrymme på den europeiska agendan” (2009:24). Följden har blivit att det från nationellt håll betonats som ”politikerområden”. I Sveriges fall syftar det på en inriktning inom ”tillväxtorienterad storstadspolitik” (ibid.).

Vidare talar det för nya ideologiska strömningar vilka uppenbarade sig efter 70-talskrisen (se avsnitt 3. Nyliberal planeringsteori s. 14). Bakgrunden till stadspolitik blir således ett genomgripande arbete från statligt håll vad gäller byte av riktning: från fördelningsorienterad politik till marknadsorienterad politik med konkurrensinriktade principer (Dannestam, 2009:25). Platser inuti staten, det vill säga städer, agerar konkurrenskraftiga och lyfts fram som subnationella, betydande tillväxtmotorer (ibid.). Utifrån detta betraktas stadspolitik från kommuners håll lägligt att tillämpa efter konsekvensbidragande problem som städer utsatts för, som i Malmös fall avindustrialisering, utflytt och arbetslöshet samt polarisering (ibid.).

### 4.3. City-branding

*City-branding* kan liknas med det svenska ordet *stadsprofilering*, vilket innebär en stadsomvandling med grund i marknadsföring av staden.

För att definiera *city-branding* fragmenteras begreppet, *brand* (varumärke) och *branding* (marknadsföring).

*"A brand is a product or service made distinctive by its positioning relative to the competition and by personality which comprises a unique combination of functional attributes and symbolic values"* (Hankinson & Cowking, 1993:10).

Framgångsrik marknadsföring, *branding*, är när en relation mellan konsument och varumärke formats, vilket uppnås när konsumentens behov tillfredsställs av varumärkets attribut och symboliska värden (Hankinson & Cowking, 1993). På samma vis förväntas en stad tillfredsställa dess invånares behov av funktion, symboliska värden och känslomässiga relationer till staden (Rainisto, 2003). De attribut staden tillgodoser dess invånare ska därtill anpassas till stadens "unika" framställning, det vill säga stadens varumärke. *City-branding* är således, enkelt sagt, applicerandet av marknadsföring av staden som om den vore en produkt (Kavaratzis & Ashworth, 2005:508).

Bakomliggande faktorer till att städer genomgår *city-branding*, platsmarknadsföring, stadsprofilering – kärt barn har många namn – är en tilltro till att det bidrar till tillväxt i staden (Hedlund & Montin, 2009). För industristäder vars öde låg i 70-talets krisår där sociala problem staplades på vartannat till följd av industriens konkurs eller omlokalisering i världen, krävdes förnyelsestrategier vilka av Hedlund och Montin förklaras som två led: "[...]dels har vi förändringar i *hur* kommuner arbetar, och dels förändringar i *vad* kommuner arbetar *med*" (2009:131). Hur kommuners arbete förändrades redovisas i föregående avsnitt, 4.2. En förändrad politik, s. 17, däremot vad kommunerna arbetar med – det följer nu.

*"En framgångsrik stad lockar till sig investerare och nya företag. Den lockar människor till att flytta dit. Utbudet av kultur, utbildning, omsorg m.m. blir större och mer varierat. Tillväxt kan ge goda cirklar. Brist på tillväxt kan däremot lätt ge onda cirklar när andra orter och regioner tar ledningen"* (Vision 2015 om framtidens Malmö, 1996:8)

Den formulering som Malmö stad här redovisar, är direkt relaterbar till "*trickle down*"-effekten som förklaras mer ingående i avsnitt 3. Nyliberal planeringsteori s. 14 . Uppfattningen om att *city-branding* ger ringar på vattnet, dvs. en förhoppning kring att rätt tillämpad strategi lockar till sig företagsetablerare och turister, vilka förväntas konsumera av staden och investera i staden, ses vara den största anledningen till att krisande städer i allt större utsträckning arbetar aktivt med stadsprofilering och dylikt (Hedlund & Montin, 2009:130). Resultatet av en sådan cykel, resonerar man, blir således ökade skatteintäkter (ibid.).

Förutom att post-industriella städer idag delvis drar sin stadsutveckling till att huvudsakligen fokusera på ekonomisk tillväxt, kan *city-branding* kopplas till planeringsteori (Nylund, 1995). Från att kommuner tidigare inriktat sig kring "välfärdsstatens jämlikhetsideal" och nu istället lägger huvudfokus på "gynnsamma etableringsvillkor", är en riktning som kommit ur att planeringens huvudsyfte förändrats i och med reformer i den ekonomiska politiken, där ett hårdnat klimat globalt skapat konkurrenssträvan gentemot andra städer (Nylund, 1995:23). Således har kommunala angelägenheten kommit att fokuseras kring ekonomisk utveckling (ibid.). Samtidigt ses privata aktörer ta allt större plats,

med partnerskap och investeringar som leder till större inflytande över planeringsfrågor (Henecke, 2006). Med tanke på tunga ekonomiska svårigheter hos de kommuner som implementerar en mer ekonomiskt orienterad politik, är det inte helt främmande att tänka att de ekonomiska resurser som privat sektor bidrar med är åtråvärda.

Från ett samhälle vars rykte varit skadat, blir det vägledande att korrigera och ersätta den bilden med något mer tilltalande (Gertner & Kotler, 2004). Men staden är en plats – för invånare, besökare och om så önskas också investerare – vilken innefattar fler platser vilka människor har sin enskilda relation till och upplevelse av. En plats i staden bär alltså mängder av värde och symbolik, minnen och associationer – information som är kopplad och koncentrerad till just den platsen (Gertner & Kotler, 2004:50). För vissa är det ett avtryck av tiden som består och ter sig statiskt, men processerna pågår och skeenden påverkar platsen till att utvecklas och för andra förlora det värde den en gång bar. Däremot, när städer genomgår kris och utsätts för en negativ samhällsbild, är det inte helt ovanligt att kommuner och motsvarande letar efter en snabb lösning – en *quick fix* (Gertner & Kotler, 2004:54; Holgersen & Malm, 2015; Holgersen, 2015). Korrigeringen av den negativa bilden som hämmar företagsamhet och investering måste ske och strategin med *city-branding* tar sin början (Gertner & Kotler, 2004).

## 4.4. Eco-branding av Malmö

*Eco-branding* är en ytterligare dimension av *city-branding* som har ett specifikt "tema". Temat är hållbar utveckling, *sustainable development* (se avsnitt 1.4.1. Sustainable (City) Development, sid. 8), och är stadens/kommunens karakteristiska profilering (dock behöver det inte vara stadens enda profilering, eller den som högst prioriteras) vilken uppmärksammas som godhjärtat och ansvarsfullt, samt innovationsbidragande (Anderberg & Clark, 2013). Ofta genomgår, som påpekats i föregående avsnitt, städer *city-branding* och således *eco-branding* för att vända en negativ bild till en positiv, en slags korrigering (Gertner & Kotler, 2004; Anderberg & Clark, 2013). Grunden till teorin bakom *city-branding* går att läsa i föregående avsnitt.

### 4.4.1. Kunskapsstaden, den kreativa klassen och green fix

Malmö har som känt inriktat sig på att bli en kunskapsstad (Malmö stad, 2006:4). Med storartade projekt, där Malmö Högskola står central som en symbol för stadsomvandlingens inriktning på kunskap och innovation, har staden minst sagt lyckats i sin profilering. Malmö stad har målinriktat satsat på varumärkesbildning av staden där just *bilden* av staden har ansetts viktig (Malmö stad, 2006). Det har menats essentiellt efter krisåren och industrins bortfall, att satsa på något nytt som kunde ersätta Malmö industrianda (ibid.). Då industrin tidigare varit "tryggheten" i staden, inte högre utbildningsgrad och akademisk bakgrund, gick Malmö samma bana som exempelvis Göteborg och lade krut på att etablera sig som en stad med kunskap, kultur och innovation (Malmö stad, 2006:4; Despotovic & Thörn, 2016).

Som tidigare kunnat läsas under huvudkapitlet, genomgick Malmö en omfattande kris under senare halvan av 1900-talet. Utflyttningen av mer bemedlade grupper var stor samtidigt som invånare med betydligt lägre tillgångar ökade – skatteintäkterna minskade och kostnaden för socioekonomiskt svaga grupper var stor, dels på grund av hög arbetslöshet. Malmö profilering har varit en drivkraft i att locka till sig välbärgade grupper.

Västra hamnen var ett projekt som utgick från att locka till sig människor ur den kreativa klassen, baserat på teorin av amerikanen Richard Florida (Dannestam, 2009:145). Kreativa klassen är ett samlingsnamn för en ny klass i samhället vilken anses innefatta människor med kreativiteten – det vill säga entreprenörskap och innovation – som starkaste verktyg i samhället (Florida, 2005). Därtill är de ofta höginkomsttagare. Florida menar att kreativitet koncentrerad i städer inte är ett nytt påfund, men under de senaste decennierna globalt blivit den viktigaste komponenten i utveckling och tillväxt av regioner, städer och till och med nationer (2005). Globalt jobbar en tredjedel i industriellt utvecklade länder inom den kreativa sektorn – det vill säga bland annat inom teknik, ingenjörskap, utvecklingsfrågor och analys, kultur såsom musik, konst och design – påstår Florida (2005:3). Deras profession är fullständigt kopplad till kreativitet.

Men kreativitet i samhället innefattas inte enbart av den enskilda individens arbetsförmåga inom givna ramar utan anses också ge ett öppnare samhälle kulturellt, enligt Florida (2005:6). Med ett kulturellt innehav och ofta en akademisk utbildning i botten, påstås den kreativa klassen, om mobiliserad, medföra ett tolerant samhälle vilket i sin tur bidrar till ett ökat humankapital (ibid.). Richard Florida trycker på vikten om "att få vara sig själv". Främjar samhället en sådan syn ökar också möjligheterna. Sålunda menar Florida att ett samhälle som lyckas hålla öppenhet, diversitet och tolerans pågående bidrar det i sin tur till, i detta fall städers, utveckling och tillväxt (2005). Kopplingen till en stor koncentration av den kreativa klassen är alltså väsentlig, om en följer den uppfattningen Richard Florida lyfter fram, vilket Malmö i större utsträckning alltså gör (Florida, 2005; Dannestam, 2009).

Västra hamnen, som ett av de första fysiska exemplen på stadsomvandlingen, den internationella bomässan Bo01. Bo01s fokus låg i nya storsatsade projekt som kom att övervägande beskrivas i modern arkitektur och uttryck, men framförallt ville kommunen genomföra bomässa för att locka till sig skattebetalare (Dannestam, 2009; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015:280). Bo01 introducerades som ett projekt i fysisk utformning av ekologisk hållbar stadsutveckling under parollen "*The city of tomorrow in the ecologically sustainable information and welfare society*" (Dannestam, 2009:145-146, Holgersen & Malm, 2015). Västra hamnen var alltså den första omvandlingen – vilken lanserades som en stadsdel med "ekologiska förtecken" och minimal energiförbrukning – och har kommit att stoltsera som praktexempel för det "nya, gröna Malmö" (Malmö stad, 2003; Holgersen & Malm, 2015:275). Byggandet var otroligt omfattande och snart fanns där både boplatser och företagslokaler, karaktäriserade av dåtidens ideal.

Tidigare hade Västra hamnen kännetecknats av Kockums verksamhet i området. Men efter nedmonteringen av företaget 1986 låg fokus på att få nya intressenter att lokalisera sig i området, så som Saab-Scania, vilka öppnade 1989 i Västra hamnen men redan två år senare flyttades till Trollhättan (Dannestam, 2009; Holgersen & Malm, 2015:279). Kommunen köpte marken efter Saabs flytt och ägde då större delen av marken i Västra hamnen, dit bomässan Bo01 lokaliserades på grund av den anledningen (Dannestam, 2009:146). Men förmodligen även i och med att högskolan skulle etableras i området. Bomässan i Västra hamnen skulle därmed resultera i en dominoeffekt för hela hamnområdet – det skulle signalera attraktivitet och kvalitét av nya mått (Dannestam, 2009:147). Det i nära avstånd till Malmö Centralstation. Privata aktörer stod för byggande, Malmö stad för infrastruktur och allmänna platser i området (Dannestam, 2009:146). Stadsdelen har blivit otroligt kritiserat genom åren, dels för homogen sammansättning av människor på grund av höga boendekostnader vilket exkluderar andra målgrupper, dels för *greenwashing* (se avsnitt 1.4.2. Greenwashing, s. 9).

Efterföljande år byggdes universitetsområdet ut, Citytunneln öppnade med en ny station vid Triangeln och Hyllievång, senare påbörjades utbyggnaden av Hyllie och nu senast står Malmö Live synligt kring Centralstationen.

Ett samhälle vars välstånd ökat, vars medelklass är stark och invånares ekonomiska tillgångar är höga, leder till ett samhälle som efterfrågar mer inriktad resursfördelning på till synes ekologiskt hållbara ändamål. Miljökuznetkurvan – ursprung i Kuznetkurvan men vidareutvecklad av Grossmann & Kreuger och förklarar sambandet mellan rika länder och miljöinriktat arbete (1994). För en region, eller en stad för den delen, vars medborgare innehar ett visst kapital (akademisk i kombination med säkrad inkomst) tenderar miljömedvetenheten öka hos dessa medborgare. Det är fundamentalt för en stad att dess befolkning är miljömedvetna för att ens kunna lyckas med att omvandlas till en ekologiskt hållbar stad – det vill säga, genomgå *sustainable city development* (Holgersen & Malm, 2015:277). Men Malmö har traditionellt sett inte bestått av höginkomsttagare – de har bott i kranskommunerna (Dannestam, 2009; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015). När det således från kommunens håll fanns en strävan att få höginkomsttagare att välja Malmö istället, samt främja etablering av den kreativa klassen, fick möjligtvis den ekologiska hållbarhetsfaktorn utrymme. Medvetenhet kring miljön är som konstaterat avgörande. Kan det vara så att för att öka stadens intäkter användes hållbarhetsarbete delvis som kombination för ett sådant resultat? Kan ekonomisk tillväxt komma ur att staden aktivt arbetar för ekologisk hållbar utveckling?

S.k. *ecological modernization*, ett begrepp som inbegriper både ekonomisk och ekologisk utveckling, är målinriktningar som resulterar i en slags *win-win-situation* – båda parter vinner på dem (Anderberg & Clark, 2013:594). Ett sådant fall kan tänkas vara att satsa på att bygga områden vilka profileras som hållbara och inriktar sig på en målgrupp som kan bidra med skattepengar. Eller program vars inriktning är grön industri och företag med innovativ orientering inom miljöarbete (ibid.). Det anses också bidra till en mer attraktiv miljö, även för turister att besöka.

För Malmö satte krisen djupa spår ekonomiskt, vilket konstaterat behövde lösas. Med den del av stadsutvecklingen som fokuserar på ekologisk hållbarhet, är det inte helt främmande att tänka sig att det aktiva arbete som gjorts och görs är en komponent i krishantering. Holgersen & Malm yrkar på att det i själva verket skett en *green fix* (se avsnitt 1.4.3. Spatial fix/Sustainability fix/Green fix s. 9) (2015). En slags dubbel kris uppfattas – efterdyningarna av de ekonomiska kriserna och klimatförändringarna – och ställs i centrum för Holgersen & Malm när de utreder relationen mellan båda kriserna med Malmö som studieobjekt (2015).

*“The logic of the urban green fix is to attract capital to the city through the production of a green image. Urban authorities tend to have an interest in such attraction.”* (Holgersen & Malm, 2015:278).

Malmö fick bidrag från staten för att ta fram nya lösningar och innovationer, där Holgersen & Malm menar att Bo01 innefattades, och senare formulerade också en strävan efter att bli världens mest hållbara stad (2015:280). Även EU bidrog/bidrar med pengar till de länder som satsar på projekt med förankring i hållbarhet (Dannestam, 2009; Holgersen & Malm, 2015). Därtill har samarbeten skapats över sundet med hela Öresundsregionen för att främja hållbar stadsutveckling, där Öresundsbron spelat stor roll (Anderberg & Clark, 2012). Alla projekt har tillslut gett resultat och Malmö har vunnit priser år efter år för sin *sustainable city development* - internationellt har staden återfått sitt erkännande – förvånande med tanke på stadens storlek i förhållande till andra mer kända, miljömedvetna storstäder i världen (Dannestam, 2009; Anderberg & Clark, 2012; Holgersen & Malm, 2015). Den största kritiken som åligger stadens hållbarhetsarbete är prioritering. Socialt är staden segregerad och inkomstskillnaderna inom staden är stora (Dannesta, 2009; Beaten, 2012; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015). Som Holgersen & Malm skriver:

*"A more radical restructuring of the city of Malmö would certainly aim, first of all, at improving the lot of people in disadvantaged neighborhoods – infamous as 'slums' – crying out for restoration. [...] This could, and should, have an ecological component of dramatically reduced energy consumption."* (2015:287)

Vidare kritik formuleras kring exkluderingen i nyuppkomna områden samt det fokus i att bistå medelklassen med en redan övervägande segregerad befolkning:

*"[...]the image of environmental friendliness may be a badge of affluence, something well-off Swedes cultivate as a class identity, further promoting a lifestyle of high total material throughput"* (Holgersen & Malm, 2015:285)

Kritik utöver detta gäller kapitalismens definition av tillväxt och hur den är övervägande sammankopplad med miljöförstörelse. I och med tillämpningen av nyliberal planering, och med Malmös ökade tillväxt sedan krisen, bör det logiska vara att energiförbrukning och utvinning av råa material ökat – det senare inte lokalt men med klimatförändringarna och miljöproblemen som ett globalt fenomen har det troligast påverkat i den större skalan (Holgersen & Malm, 2015). Det eftersom bland annat byggen ökat i mängd, vilket resulterar i avsevärd större användning av material och energi, samt en ökad befolkning vilket leder till ökad konsumtion och energiförbrukning (ibid.). Däremot har helt klart hållbara lösningar implementerats, så som vindkraft, solpaneler och gröna tak, vilket givetvis inte ska negligeras (ibid.).

#### **4.4.2.    *Analys av Malmö stads Miljöprogram***

Malmös Miljöprogram som styrdokument har ändrat form genom åren. Det första som godkändes av kommunfullmäktige kom år 1998 och ersatte miljöskyddsprogrammet från 1990, vilket i sin tur hade varit det första samlande dokumentet för Malmö stad vad gäller kommunens miljöåtgärder (Malmö stad, 1998). Dokumentet sträckte sig från 1998-2002, men en uppdatering av Miljöprogrammet 1998-2002 kom 2003 och skulle fortsätta gälla till 2008 (Malmö stad, 2003). Detta miljöprogram ersattes sedan 2009 och beskrev en betydligt längre period än sina föregångare – nämligen tidsperioden 2009-2020. Miljöprogrammet 2009-2020 har ett kompletterande dokument, en Handlingsplan som är ett fristående plandokument vilket i tidigare miljöprogram varit inkorporerat men som i Miljöprogram 2009-2020 alltså är separat.

Hur analysmetoden av miljöprogrammen gått till beskrivs i 2.2. Dokumentanalys: Miljöprogram s. 13. Följande avsnitt inleds med en kort sammanfattning av vardera miljöprogram och följs av en jämförelse i vilken progressionen i *eco-branding* urskiljs.

Generellt gällande miljöprogrammen är att de framförallt vänder sig till tjänstepersoner, politiker, nämnder och förvaltningar.

De tre miljöprogrammen har varsin förkortning för att underlätta läsning: Miljöprogram 1998-2002 kallas **M98**, Miljöprogram 2003-2008 kallas **M03** och det sista 2009-2020 för **M09**. Därtill finns en Handlingsplan som kompletterar M09 och det går under namnet **H15**, då detta sträcker sig från 2015-2018.

#### 4.4.2.1. Sammanfattning: Miljöprogram 1998-2002

Det ledande ordet för M98 är kopplat till *kretsloppsanpassning*, vilket är kopplat till Riokonferensen 1992 och Agenda 21 (Malmö stad, 1998; NE, Agenda 21, u.å.).

Agenda 21 är ett handlingsprogram, påskrivet av 180 stater i och med miljökonventionen i Rio de Janeiro, vilket innehåller riktlinjer och mål för ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet (NE, Agenda 21, u.å.). Det uppmanades att regioner inom länder lokalt skulle ta fram en egen Agenda 21, något som 70 % av Sveriges kommuner hade utfört i början 2000-talet, däribland Malmö (Lafferty, 2013; NE, Agenda 21, u.å.).

Kretsloppsprinciper fick stort genomslag, vilket alltså speglas i M98. Resurshållning, miljövard och biologisk mångfald lyfts fram som fokusområden (Malmö stad, 1998). Dokumentet har som inriktning att verka som ett åtgärdsprogram för formulerad tidsperiod (1998-2002). Varje delområde, vilka i dokumentet går under kapitlet "Problembeskrivning och mål", återkopplas till kretsloppsanpassning.

Hela dokumentet är byggt på naturvetenskapliga grunder och dåtidens rön inom forskning, vilket framgår dels med tydliga referenser och dels statistisk i form av tabeller, diagram och i viss mån GIS (Malmö stad, 1998).

Förutom diagram smyckas dokumentet varken av stilfulla bilder, illustrationer, foton eller dylikt. M98 utmärker sig layoutmässigt av mycket text och tydlig uppdelning mellan åtgärder och mål som formstarkt upprepar sig i varje kapitel.

Språket är fackligt och avancerat för en lekman, tungt med fakta och hänvisningar till forskning, vilket verkar ha som orsak att det var det första dokumentet som landade på tjänstemän och politikernas bord i en tid där ekologisk hållbarhet utanför sakkunnigas sfär var relativt okänt.

Orden som används ger inga vidare dubbla associationer och öppnar inte för olika tolkningar.

Nulägesrapporter av Malmö över vad som menas vara ohållbara situationer, förekommer i varje avsnitt, tätt följt av "måsten" för att bryta den oroväckande utvecklingen i staden lokalt.

Alltigenom tycks dokumentet präglas av en målmedvetenhet om att bidra till ett stärkande samhälle, där självkritiken för hur läget var i Malmö under den tid dokumentet framtogs, inte är frånvarande utan snarare ligger till grund för ställningstaganden och inriktning.

#### 4.4.2.2. Sammanfattning: Miljöprogram 2003-2008

"Miljöprogram för Malmö stad 2003-2008 – Plattform för ekologiskt hållbar utveckling". Som titeln indikerar är *hållbar utveckling* det ledande ordet genomgående i dokumentet. Det kopplas till FN:s världstoppmöte i Johannesburg 2002 där *hållbar utveckling* som samlande begrepp blev världskänt, även om det för första gången formulerades i Brundtlandrapporten 1987 (Von Frantzius, 2004; NE, Brundtlandrapporten, u.å.).

Det framhålls att M03 inte är en nystart, utan en påbyggnad på föregående miljöprogram. I Förorden står det skrivet:

*"[...]miljöprogram för perioden 2003-2008 [har] inte utformats som ett idéprogram utan som ett bidrag till en redan pågående arbetsprocess, ett program för miljövardens vardagsarbete, ett program som för vidare vad som redan påbörjats."* (Malmös Stad, 2003: Förord)

En förväntad hög tillväxttakt under efterföljande år och uppfattningar kring näringslivet och dess framväxt i Malmö, formuleras med antydning på stora förhoppningar om Malmös framtid (Malmö stad,

2003). En förväntan om ökat samarbete över Öresund med anledning till Öresundsförbindelsens uppkomst år 2001 återkommer i flera delområden (ibid.).

Där det tidigare hette "Problembeskrivning" i M98, kallas varje kapitel för "Målområde" i M03.

Foton från Malmö, vilkas motiv anknyts till specifikt ämne som avhandlas, förekommer i varje Målområde. Diagram, tabeller och annan statistik förekommer även i M03 precis som i M98.

Även i detta dokument är språket fackligt och informativt, men rubrikerna för Målområdena är mer förskönande än sist och narrativ om Malmö kan urskiljas tydligare i M03 än i M98.

Ord som "omvandling", "stadsomvandling", "attraktivt" och "funktionsintegrerade" är till synes vanliga i M03.

Introduceras görs fokus på bebyggelsestruktur och arkitektur (Malmö stad, 2003:53-56).

Frågor kring näringslivet tar stor plats och Malmö stad verkar inspireras av det miljöarbete som sker i den privata sektorn, samt vad samarbete kan bidra med (Malmö stad, 2003:89).

Överlag genomsyras dokumentet av stora förhoppningar, där det kan tänkas handla om ett milt ökat självförtroende sedan sist och en framtidstro, kopplat till de projekt som hade genomförts sedan M98.

#### 4.4.2.3. *Sammanfattning: Miljöprogram 2009-2020*

*"Vad är drivkrafterna? När resan mot det hållbara Malmö 2020 nu tar fart har vi just genomgått omvandlingen från industristad till kunskapsstad. Vi vet att förändringen är möjlig. Vi vet att förändringen är nödvändig"* (Malmö stad, 2009:5)

M09 är ett häfte på 16 sidor vilket har ett uppenbart kommersiellt uttryck med slogans, färgsprakande digitala illustrationer och text vars språkbruk kan anses vara mer associativt än föregångarnas. Textmängden är låg och centrerad till mitten av varje sida. Många gånger tar en illustration upp en hel sida och text utesluts.

Fyra övergripande mål har formulerats, betydligt färre än tidigare, men har som argument att de ska kunna genomföras – något som antytts varit svårt i tidigare miljöprogram – genom påståenden som "Från ord till handling" (Malmö stad, 2009:14-15)

M09 riktar sig också till tjänstemän och politiker i första hand, men det framhävs också att det ska vara en inspiration för både näringslivet och malmöinvånare (Malmö stad, 2009:3).

I M09 frångås tidigare mönster då tidsperioden sträcker sig ända fram till år 2020. Tempus i texten tyder på framtiden.

Ett stärkt självförtroende uppfyller hela dokumentet med en känsla av seger och därpå en säkerhet att man nu kan satsa ytterligare och bli, som det finns skrivet, "Sveriges klimatsmartaste stad" (Malmö stad, 2009:7).

#### 4.4.2.4. *Sammanfattning: Handlingsplan för miljöprogram 2015-2018*

H15 är den del av M09 som kan jämföras med Problembeskrivningarna och åtgärdskoderna i M98 eller Målområdena i M03, men är alltså ett separat dokument där det tidigare hade varit inkorporerat i miljöprogrammen. Det kom dessutom 6 år efter M09.

Det går i samma stil som M09, med samma illustratör bakom bilderna och layouten är densamma med centrerad text och ordentligt komprimerad textmängd. Formgivningen är prioriterad – det ska se snyggt ut.



Åtagandepunkterna är korta och koncisa. De är inte tyngda av hänvisning till forskning längre, utan fristående och utan referering till strömningar inom forskning.

Stora ambitioner utläses, konkreta nulägesrapporter utesluts och storsatsningsprojekt lyfts fram som exempel på hur man ska gå till väga i utvecklingen av staden (Malmö stad, 2015). Samtidigt utesluts historia. Istället fokuseras det på framtid och nutid, där återkoppling till historia följaktligen utelämnas.

Statistik, diagram eller tabeller utesluts – tanken kan vara att stödet finns i de tidigare miljöprogrammen och att H15 är en fortsättning på dem, men det framgår inte.

M09 och H15 ska tillsammans vara till stöd vad gäller hållbarhetsfrågor i revidering av Översiktsplanen, något som skiljer sig från föregående miljöprogram där framförallt M03 var styrd av den rådande Översiktsplanen istället för att styrande (Malmö stad, 2009; Malmö stad, 2015).

Antydning om att Malmö som stad ska gå i bräschen i hållbar stadsutveckling går att utläsa i dokumentet med såväl tydliga som mindre tydliga uttryckssätt.

Återigen är framtidstron påtaglig, nu som i M09 med ett starkt självförtroende om att staden har all potential till att bli "världsbäst" i hållbar planering – med grund i "lyckade" projekt – som präglar dokumentets språkbruk och uttryck. Däremot är det inte på något sätt övervägande abstrakt vad gäller åtgärder, men orden som väljs är ofta trendbaserade och associativa till innovationssträvan.

#### ***4.4.3. Progression i eco-branding - En jämförelse av Malmö Stads Miljöprogram***

I dokumentet "Bilderna av Malmö – Malmö stads varumärkesarbete" beskriver Malmö stad att bilden av staden är väsentligt för att varumärkesbildning skall kunna ske (Malmö stad, 2006). Identitet lyfts fram som avsevärt, profil och image likaså. Profil menar man innefattar "de delar av Malmö vi vill lyfta fram" och image den uppfattning besökare får av staden – också kopplat till internationellt erkännande (Malmö stad, 2006:6-7). Det tas ställningstaganden i att välja ut målgrupper som prioriteras och visionsarbetet höjs till att inrymma ett nytt Malmö, fränkopplat historien.

I Miljöprogrammen skiljer sig distinkt åt. Först och främst utseendemässigt. M98 har inga utsmyckningar överhuvudtaget – det består av en utformning vilken kan associeras till viss seriositet, eller utan distraktioner om så vill. Svart på vitt – här är den fakta som behöver förmedlas till tjänstemän, politiker och förvaltningar om de problem Malmö har vad gäller miljön, samt hur det globalt ter sig i klimatfrågan. M03 innehåller foton. Framsidan består av ett foto över Malmö. Hus, vägnät, havet i horisonten och en lyftkran syns i bakgrunden. I M03 finns ett tillägg i titel – nu kallades dokumentet även för plattform, vilket kan indikera på mycket. Plattform som ord används ofta inom marknadsföring, ett vilande plan som definieras av idéer och visioner (Barregren, 2016). Men det kan också betyda att det är en kanal för individer/grupper att kommunicera via, eller den fysiska plattformen vilken en står på och får överblick (ibid.). I sammanhanget passar den första förklaringen in bäst, om ett ställningstagande måste göras. Vidare är det rimligt i och med resten av dokumentets innehåll.

Precis som M98 står forskning i fokus – nu dock med utrymme även för visioner om hur saker och ting skall te sig fysiskt. Redan genomförda projekt tas upp som föregångsexempel för hur man tänker sig den riktning kommunen vill att staden ska ta. Kunskapsstaden står i centrum:

*"Det är ett uttalat politiskt mål att Malmö ska omvandlas i riktning mot att bli en kunskapsstad. Inte minst satsningar kring den nya högskolan, med tydlig miljöprofil, är ett bevis på detta."* (Malmö stad, 2003:70)

*"De senaste årens erfarenheter och framgångar har gjort Malmö till en ledande kunskapsstad för hållbar stadsutveckling som skapar möjligheter för en god stadsutveckling och för en hållbar tillväxt och näringslivsutveckling." (Malmö stad, 2003:63)*

Marknaden presenteras som ett verktyg för utveckling, vilket i M98 i princip utesluter att ta ställningstaganden kring. Det här visar på ett tydligt avstamp ur nyliberal planering, där *eco-branding* har sin grund (se avsnitt 3. Nyliberal planeringsteori s. 14) Man ser till näringslivets betydelse och förändring, trycker på hur staden förändrat sitt perspektiv och erhåller självkritik om historien:

*"Malmö näringsliv är stadd i snabb förändring. Det är nu lång tid sedan staden, som under varvsepoken, kännetecknades av ett fåtal stora företag, ofta med betydande miljöpåverkan. Näringslivet präglas numera av många mindre företag och många företag med hög kunskapsintensitet" (Malmö stad, 2003:89)*

*"Marknadens mekanismer kan utnyttjas såtillvida att kommunen både efterfrågar och genom näringslivssamverkan och omställning av egen verksamhet bidrar till att stimulera ökad produktion av miljöanpassade varor" (Malmö stad, 2003:89)*

Överlag instämmer dokumentet med bilden av den "framgång" som menas ha satts i verket under programperioden. Det stoltseras och lyfts fram, får ta plats, medan andra områden, som exempelvis det Holgersen & Malm beskriver om de socialt svaga distriktens miljöproblem (2015), tar mindre plats för potentiellt åtgärdsbidragande. Positivism flödar för den utveckling som påbörjats och som strävas behållas:

*"Stadens kunskapsorienterade profil har förstärkts med en ny högskola med tydliga miljöambitioner. En helt ny stadsdel med ekologiska förtecken och låg energiförbrukning har uppförts i Västra Hamnen. Lokala investeringsprogram har också bidragit till kretsloppsanpassning av befintliga bostadsområden vilka nu kan tjäna som modell i kommande stadsomvandling. Ett nytt stadsekologiskt synsätt har börjat göra sig gällande där både gröna frågor och frågor om resurshållning beaktas och där integration och brukarmedverkan eftersträvas" (Malmö stad, 2003:9)*

Motivet bakom dokumentet verkar vara att påvisa hur bra det går för staden, vilka visioner framtiden bär och att motivera till att åtgärda de problem som kvarstår. Det senaste synliggörs inte alls i M09 och föga i H15. M09 är snarare ett starkt kommersiellt dokument. Kommunen har nu kommit så långt in i sin varumärkesbildning och stadsomvandling att det kan tänkas vara självklart att satsa på hållbara lösningar. Man har sett att det går och självförtroende blir därför drivande. Dessutom inriktas det totalt på framtiden, med tempusändringar och 2020 som ett målår. Från att M98 sett till en kort period där problemen varit drivande, och M03 formulerat fram målområden med viss visionsbildning, blir M09 ett slutgiltigt argument på att problemen är lösta och visionen är styrande vad gäller utvecklingen. Därtill har det blivit en förändring i vad dokumentets syfte är. Innan M09 styrdes miljöprogrammen av det som formulerades i Översiktsplanen – med M09 fanns en önskan om att Översiktsplanen inte skulle vara styrande, utan att M09 skulle styra Översiktsplanens fokus vad gäller ekologisk hållbarhet och formuleringar kring detta (Malmö stad, 2009; Malmö stad, 2015). Det som framhävs är utan tvekan styrkt i "att det går och vi har gjort det förr":

*”År 2020 ska vi inte nöja oss med att ha goda exempel att visa upp för besökare. Istället blir framgångsrika pilotförsök standard när hela Malmö utvecklas till en hållbar stad. Samtidigt måste vi fortsätta satsa både ekonomiska och personella resurser på att pröva nya lösningar och tekniker så att Malmö även i framtiden är en föregångare och inspiratör till andra”* (Malmö Stad, 2009:5)

H15 i sin tur går i samma utformning som M09 med illustrationer och skiljer sig gentemot de tidigare miljöprogrammen eftersom det är kortfattat och inte innefattar forskning, diagram etc. Det ska vara övertygande och verkar bidra till en normbildning till det som anses korrekt, likt citat nedan beskriver:

*”Texten ska skapa samsyn och enighet kring åtagandet så att de som ska arbeta med det förstår syftet och själva kan bidra med förslag och idéer till hur det ska kunna genomföras så framgångsrikt som möjligt”* (Malmö stad, 2015:3)

Anledningen till detta kan vara att föregående miljöprogram inte fungerat vad gäller handlingar och åtgärder, kanske det varit för omfattande eller inte tillräckligt styrande.

Det ligger tyngd i att Malmö ska vara ett föredöme, vilket i M98 beskrivits i en önskan, i M03 haft grund i ”bevis” och i M09 är så förankrat att man till och med vågar sikta långt in i framtiden – som längst till 2030, vilket i sig påminner mer om Översiktsplaner generellt.

Det är tydligt att det har blivit en väsentligt förändring mellan dokumenten. Formuleringarna har blivit mer förskönande, problem har i större utsträckning uteslutits, orsaker som kan vara bakomliggande från Malmös historia tas upp som lärdomar och inte skyldigheter, näringslivet bjuds in som aktör. Utseendet på dokumenten tenderar mer åt att vara idealiserande ju senare de skapats.

## 5. Diskussion och slutsats

Under det här avsnittet diskuteras de ställningstaganden som påvisas i litteraturstudien och de som framförs i dokumentanalysen. Huvudfrågeställningen, och således underfrågeställningarna, som studien bygger på besvaras i en sammanslagning av de båda analysdelarna. Här sammanställs reflektioner och argument hämtade från samtliga delar och diskuteras genomgripande.

Jag satte ut för att kartlägga bakgrunden till Malmös stadsprofilering med inriktning på ekologisk hållbarhet och de politiska incitament som var bakomliggande. Med en kritisk ingång på nyliberalismens intåg i stadsplaneringen har jag utforskat mekanismer som står bakom Malmös varumärkesbildning kring staden och hur den genomförts.

Malmö hade sin storhetstid vad gäller industrin från 1840-tal till 1970-talets början (Anderson, 2014). Staden drabbades hårt av finanskriserna på 1970- och 1990-talet (Dannestam, 2009; Anderson, 2014; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015). Det ledde till ett miljardunderskott i kommunkassan, stor utflytt, hög arbetslöshet och överlag en genomgripande krissituation. Kommunen såg sig tvungen att agera. Med ett utförande av nyliberala planeringsprinciper till följd av en tillämpad stadspolitik, med grund i *governance* och *new public management*, togs inspiration från näringslivet och privat sektor (Dannestam, 2009; Nylund, 2014, et. al.). För att bli mer resurseffektiva. En av de strategier som tillämpades var *city-branding* – Malmö skulle gå från industristad till kunskaps- och innovationsstad. Utöver denna inriktning har staden dessutom satsat stort på tillsynes hållbar stadsutveckling –

*sustainable city development* – där man velat se ekonomisk tillväxt och ekologisk hållbarhet skapas. Detta formulerat som ”hållbar tillväxt” (Malmö stad, 2003:63). Med en *eco-branding* av staden har kommunen sökt, och fått, internationellt erkännande för sitt hållbarhetsarbete (Dannestam, 2009; Anderson, 2014; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015).

Idag verkar Malmös marknadsföring ligga i *berättelsen* om Malmö. Framgångssagan har blivit ett narrativ som staden kan stoltsera med och sälja in, kanske för att beskriva en triumf vilken med säkerhet utarbetats. Miljöprogrammen speglar det, stadsbilden likaså.

Jag anser efter slutförandet av uppsatsen att samhällsplaneringen verkar vara högst diskursiv. Att tillväxt fått ett så stort utrymme i planeringen kan bara tyda på att de nyliberala tendenserna är påtagliga och att det kretsar en slags hegemoni kring tillväxtfokus. Jag vill därför anta att det finns en brist i stadsplaneringen där strävan efter utveckling har försatt den verkställande plattformen i stiltje – hur kan utveckling frammanas om alla utgår från samma sak? I teorin kring kreativitet och den kreativa klassen ska innovation få plats att framställas (Florida, 2005) där stadsplaneraren har en stor roll, men om planeraren är styrd av politiska övertygelser (Holgersen, 2014) skapas kreativiteten inom ramen för given diskursiv praktik. Reproducerandet av normer sker alltså regelbundet, något som syns klart och tydligt i Malmös utbyggnadsprojekt.

Slutsatsen blir således att Malmö stads *eco-branding* successivt växt fram med bakgrund i en demografisk utveckling som inte ansågs främjande för stadens utvecklingspotential (Dannestam, 2009). Staden har strategiskt bedrivit en politik vilken uppstått i kölvattnet av de ekonomiska kriser som slagit hårt på industristaden, med grunder i nyliberalistiska samhällstendenser vilka kan tänkas ha frammanats av Sveriges medlemskap i EU (Dannestam, 2009; Hedlund & Montin, 2009; Nylund, 2014; Holgersen & Malm, 2015). Det har varit önskvärt att stabilisera kommunkassan. Skatteintäkterna har ökat i och med tillämpningen av nyliberala strategier vilka pådrivit investeringar från företag och en ökad inflyttning till staden. Att Öresundsregionen växt i attraktionskraft har troligtvis också spelat stor roll (Anderberg & Clark, 2013). En drivkraft till att det gjorts möjligt för staden att genomföra fysiska omvandlingar är statliga bidrag och EU-bidrag som ges till städer vilka satsar på grön hållbarhet. (Dannestam, 2009). Storartade projekt har gjort marknadsföringen synlig, det vill säga – det är inte enbart en retorikfråga. Därtill har kommunen identifierat målgrupper som har ansetts önskvärda för kommunen, exempelvis den kreativa klassen och uppfattningen om att denna grupp bidrar till tillväxt. Det tillväxtfokus som staden bedrivit har således genomsyrat den *eco-branding*, i form av fysisk planering, som utformats.

Som flera författare påvisar, vilkas ord citerats och refererats i uppsatsen, har Malmös ”tillväxtorienterade storstadspolitik” blivit mer drivande i frågor om attraktionskraft i konkurrens med andra städer. Det är inte unikt. Det är dagsläget och kanske det från kommunens håll – i Öresundsregionen, Sveriges medlemskap i EU och med ett miljardunderskott i kommunkassan – varit nödvändigt att bedriva nyliberal planering för att undgå total kollaps. Staden har växt, men Malmö får fortfarande mest i statsbidrag i Sverige och de sociala problemen har inte försvunnit utan snarare undanskuffats (Dannestam, 2009; Nylund, 2014; Malmö stad, Utjämningsystemet, u.å)

Slutligen, Malmös tårar står nu nära Singapore, i Västra hamnen stoltserar Turning Torso. Symbolen för det välstånd som kanhända inte innefattar varenda malmöit.

## 5.1. Vidare forskning

Syftet med den här uppsatsen har varit att bidra med nyansering i fenomenet kring stadsplanering. Som landskapsarkitektstudent finner jag det högst lämpligt att förstå vilka mekanismer som sammanfaller med eller påverkar stadsutveckling och urbanitet. I en samtid där ekonomisk tillväxt

idiligen står högt på agendan, blir åtminstone jag orolig att andra frågor helt enkelt uteblir eller nedprioriteras, som exempelvis frågan om social rättvisa, rätten till staden och överhuvudtaget demokrati. Många gånger under kursens gång har jag ställt mig frågan om Malmös "framgångssaga" enbart innefattar en minoritet av stadens befolkning. Kan det i själva verket vara så att en stor del av Malmös medborgare fortfarande befinner sig i "det gamla Malmö" – det Malmö som studien börjar i – det krisande Malmö? Om jag hade haft mer tid hade jag velat lägga mer energi på den frågan och lyfta just stadens mer utsatta områden i relation till den stadsomvandling kommunen bedriver. Det får mig också att tänka på begreppet *eco-gentrifigering*, vilket innebär att hållbart utvecklade områden enbart besittes av höginkomsttagare och exkluderar lägre bemedlade eftersom ekologisk hållbarhet blivit *trendigt* och därmed är ungefär en "prestigevara" eller "lyxvara". Jag hade önskat att jag fått utrymme för den diskussionen också men lämnar det till senare forskning.

En annan reflektion som uppenbarade sig var angående *city-branding*. När en stad blir ett varumärke och förmedlar en bild, speglar då den bilden också invånarnas uppfattning av staden? I och med att jag haft som ingång att fokusera på större sammanhang och en övergripande skala, har *relationen* till staden inte fått utrymme. Men det är helt klart en lämplig väg att gå, att just undersöka medborgares uppfattning av sin stad. För visst är det väl ändå människorna som gör staden och inte tvärtom?

# Referenslista

Anderberg, S., Clark, E. (2013). "Green and Sustainable Øresund Region : Eco-Branding Copenhagen and Malmö", Michigan State University Press: 591–610

<http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:792256>.

Anderson, T. (2014). "Malmö: A city in transition", *Cities*. vol. 39: 10-20

Andersson, I. (2016). "'Green Cities' Going Greener? Local Environmental Policy-Making and Place Branding in the 'Greenest City in Europe.'" *European Planning Studies* 24, no. 6

doi:10.1080/09654313.2016.1152233.

Baeten, G. (2012). "Normalising neoliberal planning: The case of Malmö, Sweden", *Contradictions of Neoliberal Planning*, T. Tasan-Kok & G. Baeten (red.). Berlin: Springer: 21-42,

Barregren, T. (2016). "Det Betyder Orden: Innehåll, Content, Kanal, Ägda, Betalda Och Förtjänta Medier, Plattform Med Flera." *KNTNT*

<https://www.kntnt.se/det-betyder-orden-innehall-content-kanal-agda-betalda-och-fortjana-medier-plattform-med-flera/8422>.

Dannestam, T. (2009). "Stadspolitik i Malmö. Politikens meningsskapande och materialitet." *Lund Political Studies* 155

<http://lup.lub.lu.se/record/1393646>.

Despotovic, K. & Thörn, C. (2016). "Den urbana fronten: en dokumentation av makten över staden ". Stockholm: Arkitektur Förlag

Florida, R. (2005). "Cities and the Creative Class". New York: Routledge

Gertner, D. & Kotler, P. (2004). "How can a place correct a negative image?" *Place branding*. vol. 1 (1): 50-57

Grossman, G.M. & Kreuger, A.B. (1994). "Economic growth and the environment". *National Bureau of Economic Research*.

Hankinson, G., Cowking, P. (1993). "Branding in action: cases and strategies for profitable brand management". London: McGraw-Hill

Harvey, D. (1981). "The spatial fix: Hegel, von Thünen and Marx", *Antipode*, 13, No.3: 1-12

Harvey, David. (2001) "Globalization and the Spatial Fix." *Geographische Revue* 2, no. 3: 23–31.

Pdf tillgänglig via:

[https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/2188/file/gr2\\_01.pdf](https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/2188/file/gr2_01.pdf) - page=23.

Harvey, D. (2012). *"Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution"*. London: Verso

Hedlund, G. & Montin, S. (2009). *"Governance på svenska"*. Stockholm: Santérus Förlag

Henecke, B. (2006). "Plan & Protest. En sociologisk studie av kontroverser, demokrati och makt i den fysiska planeringen". Vol. 71. *Department of Sociology*, Lund University

Holgersen, S. (2013). "Spatial Planning as Condensation of Social Relations: A Dialectical Approach." *Planning Theory* 14, no. 1: 5–22.

doi:10.1177/1473095213501672.

Holgersen, S. (2014). "Urban Responses to The Economic Crisis: Confirmation of Urban Policies as Crisis Management in Malmö." *International Journal of Urban and Regional Research* 38, no. 1: 285–301.

doi:10.1111/1468-2427.12029.

Holgersen, S. & Malm, A. (2015). "Green fix as a crisis management. Or in which world is Malmö the world's greenest city?", *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. vol. 97 (4): 275-290

Holgersen, S. (2015). "Crisis and the post-industrial city: Or is Malmö building yesterday's city tomorrow, again?", *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*. vol. 106 (3): 231-245

Johnson, H. B., Poulsen G.T., Hansen Aage, J., Lehmann, M. (2011). "Cities as Development Drivers: From Waste Problems to Energy Recovery and Climate Change Mitigation." *Waste Management & Research* 29, no. 10: 1008–1017.

doi:10.1177/0734242X11417488.

Kavaratzis, M. (2004). "From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands". *Place Branding* 1, no. 1: 58–73.

doi:10.1057/palgrave.pb.5990005.

Kavaratzis, M. & Ashworth, G. J. (2005). "City Branding: An Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick?". *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie* 96, no. 5: 506–14.

doi:10.1111/j.1467-9663.2005.00482.x.

Malmö stad, (1996). *"Vision 2015 – om framtidens Malmö"*. (Rapport från visionsarbete)

Malmö stad, (1998). *"Miljöprogram för Malmö Stad 1998 – 2002"*. Malmö: Miljöförvaltningen

Pdf tillgänglig via:

<http://malmo.se/download/18.76105f1c125780a6228800027592/1491304827004/Milj%C3%B6program+f%C3%B6r+Malm%C3%B6+stad+1998-2002.pdf>

Malmö stad, (2003). *"Miljöprogram för Malmö Stad 2003-2008 – Plattform för ekologiskt hållbar utveckling"*. Malmö: Miljöförvaltningen

Pdf tillgänglig via:

<http://malmo.se/download/18.af27481124e354c8f180001761/1491304632484/Milj%C3%B6program+f%C3%B6r+Malm%C3%B6+stad+2003-2008.pdf>

Malmö stad, (2006). *"Bilderna av Malmö - Malmö stads varumärkesarbete"*. Malmö: Kommunikation & Utveckling, Stadskontoret

Pdf tillgänglig via:

<http://malmo.se/download/18.6e0fe7e512c888cbc52800012320/1491303258927/Bilden+av+Malmö+webb.pdf>

Malmö stad, (2009). *"Miljöprogram för Malmö Stad 2015-2020"*. Malmö: Miljöförvaltningen

Pdf tillgänglig via:

<http://malmo.se/download/18.76105f1c125780a6228800031254/1491304996885/Milj%C3%B6program+f%C3%B6r+Malm%C3%B6+stad+2009-2020.pdf>

Malmö stad, (2015). *"Handlingsplan för miljöprogrammet – prioriterat arbete i Malmö stad 2015-2018"*. Malmö: Miljöförvaltningen

Pdf tillgänglig via:

[http://malmo.se/download/18.6fb145de1521ab79c0a59cb7/1491304114813/handlingsplan2015150828\\_webb.pdf](http://malmo.se/download/18.6fb145de1521ab79c0a59cb7/1491304114813/handlingsplan2015150828_webb.pdf)

Malmö stad, *"Malmö och Sverige växer rekordsnabbt"*,

<http://malmo.se/Huvudnyheter/2017-01-20-Malmo-och-Sverige-vaxer-rekordsnabbt.html>

Hämtad 27 april 2017, uppdaterad 8 februari 2017

Malmö stad, u.å. *"Utjämningsystemet"*,

<http://malmo.se/Kommun--politik/Ekonomi/Kommunens-intakter-och-kostnader/Utjamningssystemet.html>

Hämtad 16 maj 2017

Motavalli, J. (2011). "A History of Greenwashing: How Dirty Towels Impacted the Green Movement." *AOL.com*.

<https://www.aol.com/article/2011/02/12/the-history-of-greenwashing-how-dirty-towels-impacted-the-green/19628686/>.

Hämtad 12 april 2017

Nationalencyklopedin, Agenda 21.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/agenda-21>

Hämtad 3 maj 2017

Nationalencyklopedin, Brundtlandrapporten.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/brundtlandrapporten>

Hämtad 18 april 2017

Nylund, K. (1995). *"Det förändrade planeringstänkandet"*. Nordiska institutet för samhällsplanering, Stockholm



Nylund, K. (2014). "Conceptions of justice in the planning of the new urban landscape – Recent changes in the comprehensive planning discourse in Malmö, Sweden", *Planning theory & practice*. vol. 15 (1): 41-61

Peck, J. & Tickell, A. (2002). "Neoliberalizing Space". *Antipode* 34, no. 3: 380–404.  
doi:10.1111/1467-8330.00247.

Perbo, U. (1999). "Varför fick Sverige en depression i början av 90-talet?", *Ekonomisk debatt*. Vol 27 (6): 325-333

Purcell, M. (2009). "Resisting neoliberalization: Communicative planning or counter-hegemonic movements?", *Planning theory*. Sage Publications: 140-165

Pålsson, E. (1994). "*Malmö statistic yearbook*". Planerings- och Statistikavdelningen, Malmö Stadskontor, Malmö.

Rainisto, S. K. (2003). "Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in northern Europe and the United States", Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business, Finland.

Sager, T. (2011). "*Neo-liberal urban planning policies: A literature survey 1990-2010*", *Progress in planning*, 2011:76. Elsevier: 147-199

Von Frantzius, I. (2004). "World Summit on Sustainable Development Johannesburg 2002: A Critical Analysis and Assessment of the Outcomes." *Environmental Politics* 13, no. 2: 467–73.  
doi:10.1080/09644010410001689214.

While, A., Jonas, E.G.A., Gibbs, D. (2004). "The Environment and the Entrepreneurial City: Searching for the Urban 'sustainability fix' in Manchester and Leeds." *International Journal of Urban and Regional Research* 28, no. 3: 549–69.  
doi:10.1111/j.0309-1317.2004.00535.x.

Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2009). "*Diskursanalys som teori och metod*". Lund: Studentlitteratur